

Mikko Pötsönen


# Silvanetti metsänhoitoyhdistyksen asiakkuudenhallinnassa

Opinnäytetyö


Metsätalouden koulutusohjelma



# KUVAILULEHTI

 <b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences		<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  2.2.2011
<b>Tekijä</b>  Mikko Pötsönen	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b>  Metsätalouden koulutusohjelma Metsätalous	
<b>Nimeke</b>  Silvanetti metsänhoitoyhdistyksen asiakkuudenhallinnassa		
<b>Tiivistelmä</b>  Metsäalalla kilpailun tiukentuessa toimijoiden on luotava pysyäkseen kilpailussa mukana jotain uutta ja kiinnostavaa, jolla on mahdollista hankkia uusia asiakkaita ja pitää vanhat asiakkaat tyytyväisinä. Metsäomaisuuden hallintaan on kehitetty verkkometsäsuunnitelma, jolla on mahdollista hallita omaa metsäsuunnitelmaa verkossa. Kuitenkin harvat metsänomistajat ovat ottaneet verkkopalveluita käyttöönsä.  Kilpailussa metsänomistajista nousee asiakkuuksienhallinta tärkeään rooliin, mitä paremmin tiedät asiakkaan tarpeet, sitä paremmin pystyt tarjoamaan palveluita asiakkaalle. Asiakkuudenhallinnan kulmakiviä on jatkuva asiakkaan tarpeiden oppiminen ja ymmärtäminen. Tulevaisuudessa Silvanetti voi olla metsänhoitoyhdistykselle tärkeä työkalu asiakkuuksien hallinnassa. Silvanetin avulla saatava reaaliaikainen tieto metsänomistajan metsävaroista, on helppo tarjota ja markkinoida juuri niitä palveluita joita metsänomistaja silloin tarvitsee.  Silvanetti kuuluu metsäsuunnittelun palvelupakettiin. Se on tukipalvelu, joka ei ole välttämätön palvelun myymiseksi, mutta sen avulla voidaan tarjota entistä parempaa palvelua metsäomaisuuden hallintaan.		
<b>Asiasanat (avainsanat)</b>  Silvanetti, verkkometsäsuunnitelma, asiakkuudenhallinta		
<b>Sivumäärä</b> 26 s.	<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b> URN:NBN:fi:mamk-opinn201130880
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>		
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b>  Pasi Pakkala	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b>  Kiuruveden metsänhoitoyhdistys	

## DESCRIPTION

 <b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences	<b>Date of the bachelor's thesis</b>  February 2, 2011	
<b>Author</b>  Mikko Pötsönen	<b>Degree programme and option</b>  Degree programme in Forestry Forestry	
<b>Name of the bachelor's thesis</b> Silvanetti as CRM Tool in Forest Management Associations		
<b>Abstract</b>  In forestry sector competition for customers is intense and the separation of competitors is difficult. For separation have forestry organizations created web services, so they could compete harder for customers. Web services are created mostly for existing customers so they could effectively manage their forest assets. However, web services haven't reached great popularity among forest owners.  In competition of forest owners have customer relationship management great role. Knowing the customer's needs, can service provider to offer better those services. Nowadays is important to know, what the need of customers is. CRM is continuous learning from customer's needs. With Silvanetti is possible to offer for forest owner's real-time information from forest resources. At the same, Forestry management have knowledge about the services what customer needs.  As a service, Silvanetti is support for forestry plan. Silvanetti is not a compulsory part of a forest management, but it offer an instrument for advanced planning.		
<b>Subject headings, (keywords)</b>  Customer relationship management, CRM, Silvanetti, web forestry plan.		
<b>Pages</b> 26 p.	<b>Language</b> Finnish	<b>URN</b> URN:NBN:fi:mamk-opinn201130880
<b>Remarks, notes on appendices</b>		
<b>Tutor</b> Pasi Pakkala	<b>Employer of the bachelor's thesis</b> Forest Management Association Kiuruvesi	

# SISÄLTÖ

## KUVAILULEHDET

1 JOHDANTO .....	1
2 VERKKOMETSÄSUUNNITELMA .....	2
2.1 Metsäsuunnitelma .....	2
2.2 Verkkopalvelu .....	4
2.3 Silvanetti .....	8
3 ASIAKKUUDENHALLINTA .....	10
3.1 Metsänhoitoyhdistyksen asiakkuudenhallinta .....	10
3.2 Silvanetti asiakkuudenhallinnassa .....	12
3.3 Asiakkuudenhallinnan kehittäminen .....	14
4 PALVELUT JA SILVANETTI .....	15
4.1 palvelun määritelmä .....	15
4.2 palvelutuote ja Silvanetti .....	16
5 METSÄSUUNNITELMAN PÄIVITYS .....	18
5.1 Vaatimukset .....	18
5.2 Päivitystyö käytännössä .....	18
5.3 Ajanmenekki .....	20
5.4 Siirto Silvanettiin .....	21
6 POHDINTA .....	21
LÄHTEET .....	25

## 1 JOHDANTO

Viimeisen vuosikymmenen aikana verkkopalveluista on kehittynyt vuorovaikutteisia ja monipuolisia palvelupaketteja. Tämä muutos on tapahtunut välittämättä siitä pysyvätkö kaikki palveluita tarvitsevat kehityksessä mukana. Nykypäivää on hoitaa asioita verkossa, kuten maksaa laskuja, hakea verokorttia tai vaikka tilata tavaraa suoraan kotiovelle. Suunta on jatkuvasti face to face -palveluista verkkopalveluihin. Tämän on mahdollistanut tietoliikenneverkkojen leviäminen myös haja-asutus-alueille, enää ei tarvitse asua kaupungissa käyttääkseen internetiä. Metsäalalla ei vastaavaa siirtymistä verkkopalveluihin ole aivan yhtä vauhdikkaasti ollut havaittavissa.

Metsäalalla verkkosovelluksia on kyllä tarjolla, mutta niitä aktiivisesti käyttävät ovat toistaiseksi harvassa. Metsä on omaisuutena niin konkreettinen ja suuri asia, ettei sitä haluta käsitellä pelkästään verkon kautta, vaan pitää olla aina joku henkilö kenen kanssa hoitaa omaisuuttaan. Myös metsänomistajien keski-ikä vaikeuttaa verkkosovellusten yleistymistä, miksi tuoda markkinoille mitään uutta, jos sille ei löydy aktiivisia käyttäjiä. Toki metsänomistajissa on nuoriakin ihmisiä, jotka ovat työelämässä eivätkä sinällään käytä aikaa oman metsänsä tilan seuraamiseen. Heille verkkosovellusten käyttö on arkipäivää ja heille niitä pitäisikin markkinoida.

Verkkometsäsuunnitelmalla pyritään tuomaan metsänomistajalle sellainen palvelu, jolla hän voi katsoa oman metsänsä tilan muun verkkoselailun ohessa. Palvelun kautta voi viestiä palvelua tarjoavan organisaation kanssa tehtävistä toimenpiteistä ja ehdottaa itse mitä haluaa metsässään tehtävän. Tämä olisi ihanne tilanne esimerkiksi metsänhoitoyhdistyksen kannalta, jos voisi Silvanetin kautta saada työmaita markkinoitua ja myytyä.

Nykyaikana kilpailu asiakkaista metsäalalla on kovaa. Kaikilla palveluiden tarjoajilla on tarjolla samat palvelut, joten erottuminen kilpailijoista on vaikeaa. Verkkometsäsuunnitelma löytyy kaikilta toimijoilta, joten sen markkinoinnissa käytettävyyys ja tietysti hinta ratkaisevat miten palvelua saadaan myytyä. Metsänhoitoyhdistyksillä palvelu on ollut tarjolla vasta reilun vuoden, joten kokemukset Silvanetistä ovat vielä vähäisiä. Vielä ei tiedetä, paljonko palvelun markkinointiin ja myymiseen pitäisi satsata resursseja, se nähdään vasta muutaman vuoden kuluttua. Samalla nähdään, miten palvelun kautta saadaan työmaita vai onko sillä ollenkaan vaikutusta työmaiden saan-

toon. Palveluna Silvanetti on jo nyt toimiva, mutta sen vaikutukset ja kustannukset nähdään vasta tulevaisuudessa.

Verkkometsäsuunnitelman avulla asiakkaan metsistä olisi aina ajan tasalla olevat tiedot. Kompastuskivenä tässä piilee suunnitelman päivittämisen tekemättä jättäminen, jolloin verkkometsäsuunnitelman perimmäinen idea häviää tyystin. Verkkopalveluiden olennainen idea on tarjota reaaliaikaista tietoa, joka päivittyy aina muutosten tapahtuessa. Eihän kukaan meistä halua tarkastella verkkopankista vuoden vanhoja tilitai sijoitus tietoja, vaan niiden täytyy olla aina ajan tasalla. Joten miksi samaa ei voisi soveltaa metsävaratietoihin, jos tarjolla on palvelu, jolla ne voidaan pitää ajan tasalla. Palvelun hinta tuskin on esteenä, maksaahan pankkipalvelut samalla tavalla. Metsä on kuitenkin samanlaista varallisuutta kuin raha pankissakin, se vain on toistaiseksi vielä eri muodossa.

Metsänhoitoyhdistykselle Silvanetti on väline, jolla pyritään parempaan asiakkuuksien hallintaan entistä tarkemmilla metsävaratiedoilla. Tämän työn tarkoituksena on selvittää, mitä Silvanetti tarkoittaa yhdistyksen asiakkuudenhallinnassa ja mitä palveluna. Viitekehyksessä paneudutaan asiakkuudenhallintaan miten se toimii Silvanetin osalta sekä miten asiakkuudenhallintaa tulisi kehittää. Työssäni perehdyin myös siihen, millainen Silvanetti on palveluna ja mitä sillä pyritään tarjoamaan metsänomistajille. Työn toiminnallinen osa käsittää käytännön päivitystyöstä saatuja kokemuksia, mitä päivitystyö vaatii ajallisesti ja mitä on otettava huomioon kun otetaan korkeintaan viisi vuotta vanha metsäsuunnitelma työn alle ja siirretään päivitettyä Silvanettiin. Esimerkki tilana päivitystyössä käytettiin Nälännön yhteismetsää, jonka pinta-ala on noin 930 hehtaaria. Se ei ole normaali yhden omistajan metsälö, mutta tässä tapauksessa juuri sopiva kohde katsoa, paljonko suunnitelman päivitys vie aikaa.

## **2 VERKKOMETSÄSUUNNITELMA**

### **2.1 Metsäsuunnitelma**

Metsäsuunnitelman tavoitteena on tuottaa tietoa metsänomistajan päätöksentekoa varten. Suunnitelman tehnyt metsäammattilainen esittää suunnitelmassa eri vaihtoehtoja käsitellä metsää, hän ei siis tee päätöstä. Suunnitelman antaman tiedon perusteella

tulisi päätösten olla metsänkäytön tavoitteen kannalta parempia kuin ilman suunnitelmaa. (Pukkala 2007, 7; Niskanen 2010,11.)

Metsäsuunnittelun lähtökohtana ovat metsä, metsänomistaja ja yhteiskunta. Metsä kaikkine varoineen mahdollistaa tuotannon, metsänomistaja asettaa metsälleen ja sen käsittelylle tavoitteet joihin suunnittelussa tulee pyrkiä ja yhteiskunta asettaa rajat, joiden puitteissa metsänomistaja voi toteuttaa omia päämääriään. Rajoitukset liittyvät niin puuntuotantoon kuin myös ympäristöön. Toisin sanoen, suunnitelman tulisi olla sen näköinen kuin metsänomistaja haluaa sen olevan. (Pukkala 2007, 28.)

Niskanen (2005, 30–31) toteaa väitöskirjassaan, että metsäsuunnitelmalla on selvä vaikutus metsänomistajan ratkaisuihin. Suunnitelmia tuskin olisi, jos niistä ei olisi apua. Samalla voidaan myös olettaa, että päätöksentekijä arvioi tekemänsä päätökset paremmiksi suunnitelman perusteella. Toki suunnitelma voi myös poikia suunnitelmasta poikkeavia päätöksiä. Niskasen (2005, 31) mukaan metsäsuunnitelmalla on ollut metsänomistajiin määrä-, aktivointi-, kohdistamis-, ja käyttötapa vaikutusta. Sen sijaan suunnitelmalla ei havaittu olleen tieto- tai ajoitusvaikutuksia.

Niskasen (2005, 31) saamien tulosten mukaan taimikonhoito-, ensiharvennus-, ja uudistushakkuumäärät olivat suurempia suunnitelman omistavilla kuin omistamattomilla. Tällöin on havaittavissa selkeä määräväikutus. Suunnitelma vaikutti myös töihin aktivoitumiseen sekä uudistushakkuiden kohdentumiseen ja käyttötapaan suunnitelman ehdotusten mukaisesti.

Suunnitelman toteutumisen seuranta on olennainen osa metsäsuunnitelman antamaa päätöstukea. Mikäli seuranta jää vähäiseksi tai sitä ei tehdä lainkaan, ei metsänomistaja pysty aktiivisesti pyrkimään suunnitelman tavoitteeseen. Niskasen (2005, 32) saamien tulosten mukaan toteutuksen seuranta onkin vähäistä tai sitä ei tehdä lainkaan. Etenkin tietämättömyys ja toteutuksen huono seuranta vähentävätkin töihin aktivoitumista ja heikentävät joukkoneuvonnan ja viestinnän vaikutusta.

Suunnitelmien vaikutusten riittävyyttä on vaikea arvioida, tähän tulisi tietää millaista päätösten parannusta suunnitelmalla on haettu. Vaikutuksen riittävyyttä voidaan yrittää arvioida metsänomistajien tyytyväisyydellä. Jos metsänomistajat ovat tyytyväisiä suunnitelmiinsa, ovat he saaneet niistä riittävästi tukea päätöksiinsä. Suunnitelmasta

voi olla myös muutakin hyötyä kuin pelkkä päätöksenteon avustaminen. Suunnitelma on tärkeä työkalu metsäammattilaiselle asiakaspalvelussa, työn tehostamisessa ja operatiivisessa toiminnassa. Metsäsuunnitelma ja metsävaratieto tuottavatkin paljon sellaisia hyötyjä, joita kaikkia ei ole selvitetty. (Niskanen 2005, 33.)

Vaikka metsäsuunnitelmat laaditaan tukemaan metsänomistajien päätöksentekoa, on niillä myös yhteiskunnalliset tavoitteet. Yhteiskunta pitää metsäsuunnittelua ja metsäsuunnitelmien laadintaa hyvin tärkeänä. Metsäsuunnitelma voidaan nähdä yhteiskunnan näkökulmasta olennaisena osana hierarkkista suunnittelutasojen järjestelmää, jossa ylimpänä on yhteiskunnan normatiivinen suunnittelu, alapuolella strategisen tason suunnittelu sekä edelleen metsäsuunnittelu. Hyvin toimivassa suunnittelujärjestelmässä ei eri tasojen välillä ole ristiriitaa, vaan eri tasojen suunnittelu ohjaa metsänkäyttöä kaikkien tasojen yhteisten tavoitteiden mukaan. Tällöin normatiivinen suunnittelu määrää yleiset tavoitteet metsänkäytölle sekä vaikuttaa metsäsuunnitelmien tavoitteisiin ja sisältöön. (Niskanen 2005, 33.)

Metsänomistajille normatiivisen suunnittelun asettamat normatiiviset tavoitteet alemmalle suunnittelulle voivat osin olla rajoitteita metsänomistajille. Normatiiviset metsänkäytön tavoitteet tulevat lainsäädännöstä, alemman asteen säädöksistä, metsäohjelmista, metsänhoidon suosituksista tai metsäsertifioinnin kriteereistä. Tavoitteet voidaan siten jakaa velvoittaviin, esimerkiksi metsälaki, ja suositusluonteisiin kuten Hyvän metsänhoidon suositukset. Normatiiviset tavoitteet eivät välttämättä ole aina pelkästään yhteiskunnan asettamia, vaan ne voivat olla lähtöisin myös pienemmiltä yhteisöiltä, kuten esimerkiksi luonnonsuojelujärjestöiltä. Yhteiskunnan asettamat tavoitteet tulevat yleensä säädöksistä ja yhteiskuntaa suppeamman ryhmän asettamat erilaisista metsänhoidon suosituksista ja metsäohjelmista. (Niskanen 2005, 34.)

Metsäsuunnitelmien vaikutuksista päätöksentekoon voidaan ajatella, että jos metsänkäyttöpäätökset ovat olleet normatiivisten tavoitteiden mukaisia, on suunnitelma yhteiskunnan kannalta parantanut päätöksentekoa. Kuitenkin yhteiskunnan asettamat määrätavoitteet esimerkiksi taimikonhoitojen ja ensiharvennusten osalta ovat jääneet saavuttamatta. Tästä kertoo useat eri tutkimukset, joita Niskanen (2005, 34) on listannut väitöskirjaansa. Tällöin suositusluonteiset normatiiviset tavoitteet ovat jääneet saavuttamatta. Mikäli tavoitteisiin on ajateltu päästävän metsäsuunnitelmien avulla, ei metsäsuunnitelman vaikutus päätöksenteossa ole ollut yhteiskunnan kannalta riittävä.



Tosin on epärealistista ajatella, että pelkästään metsäsuunnitelmien avulla tavoitteisiin päästäisiin. Kuten edellä mainitaan, metsäsuunnitelma on lisännyt taimikonhoitoja ja ensiharvennuksia suunnitelman omistavilla, joten suunnitelma tukee näin normatiivisten tavoitteiden saavuttamista.

Yksityismetsätalous on hyvin normisidonnaista, vallitsevista normeista on hankala poiketa. Metsälaki sekä erilaiset metsänhoidon suositukset ohjaavat vahvasti käytännön metsänkäyttöä sekä metsäsuunnitelman päätösehdotuksia. Toimittaessa normisidonnaisesti samanlaisten metsikkökuvioiden toimenpide-ehdotukset muodostuvat yleensä hyvin samantapaisiksi. Tällöin jokaisen metsänomistajan omia metsänkäytön tavoitteita noudattaen laaditut suunnitelmat muodostuvat hyvin samankaltaisiksi. Mutta vaikka metsänkäyttökulttuuri on muotoutunut hyvin normisidonnaiseksi, on metsänomistajalla vielä vapaus toimia metsässään haluamallaan tavalla, kunhan pysyy lainsäädännön puitteissa. (Niskanen 2005, 34–36.)

Metsäsuunnitelman ohella päätöksen tekoon etenkin avohakkuiden osalta vaikuttaa puun hinta ja menekki. Huonon suhdanteen aikana ei metsäsuunnitelmassa ehdotetut avohakkuut ole läheskään yhtä houkuttelevia kuin puun hinnan ollessa korkealla suhdanteiden ollessa nousussa. Toisin sanoen, hyvän hinnan aikana voi metsänomistaja käyttää omaa päätäntävaltaa sellaisten kuvioiden kohdalla, joita metsäsuunnitelma ehdottaa jätettävän lepoon. Metsäsuunnitelman ollessa pitkän ajan suunnitelma, voivat metsänomistajan tavoitteet muuttua kesken talouskauden, jolloin suunnitelma ei enää vastaa tavoitteita. Tästä syystä onkin hyvin epätodennäköistä olettaa että suunnitelmaa olisi järkevää noudattaa koko talouskauden ajan. (Niskanen 2005, 38–39.)

Vaikka metsäsuunnitelmat ovat kehittyneet vuosien saatossa niin laskentojen kuin optimointien osalta, on niiden esitysmuoto edelleen jossain hamassa menneisyydessä ja suunnitelmat ovat hyvin samantapaisia päätöksentekijä tavoitteista ja tarpeista huolimatta. Metsäsuunnitelmien luettavuutta ja selkeyttä tulisi kehittää, jolloin päätöksentekoon tarvittavien tietojen löytäminen olisi helpompaa ja sitä kautta suunnitelma vaikuttaisi enemmän metsien käsittelyyn. Tähän yhtenä ratkaisuna voidaan asettaa verkkometsäsuunnitelmat, niissä suunnitelmatiedot pyritään tuomaan esille helposti ja luettavasti. Verkkometsäsuunnitelmat eivät kuitenkaan poista suunnitelman vaikeaselkoisuutta niiltä, jotka eivät käytä verkkopalveluita. Heidän täytyy edelleen lukea

suunnitelmatiedot tarjolla olevasta suunnitelmasta ja tarvittaessa kysyä apua metsäammattilaiselta. (Niskanen 2005, 40.)

Kymmeneksi vuodeksi laadittava metsäsuunnitelma on yleensä jaettu kahdeksi viiden vuoden jaksoksi, joille toimenpide-ehdotukset laaditaan. Suunnitelman antama päätös-tuki voisi parantua, mikäli kaudet jaettaisiin esimerkiksi kolmen ja seitsemän vuoden jaksoiksi. Tällöin metsänomistajalle konkretisoituu selvästi, mitä toimenpiteitä hänen täytyy tehdä heti metsässään ja mitä voidaan tehdä myöhemmällä kaudella. Kolmen vuoden jakson jälkeen suunnitelma voitaisiin päivittää kustannustehokkaasti ja jälleen olisi ajan tasalla oleva suunnitelma käsillä. (Niskanen 2005, 40.)

Metsänomistajan tavoitteisiin täydellisesti sopivaa suunnitelmaa on lähes mahdoton tehdä. Suunnitelman lisäksi voi metsänomistaja tarvita paljon henkilökohtaista neuvontaa ja aktivointia, jotta suunnitelman ehdotukset toteutuvat. Myöskään yhtä parasta päätöstä ei ole olemassa, vaan tyydyttäväkin päätös on pätevä. Erään sanonnan mukaan parempi huono päätös kuin ei päätöstä ollenkaan. Metsänomistajan tiedostaessa tavoitteensa, toimintavaihtoehtonsa sekä niiden seuraamukset hän valitsee sen vaihtoehdon, josta kokee olevan eniten itselleen hyötyä. Metsäsuunnitelman hyvälle päätöstuella on edellytyksenä se, että suunnitelma lisää metsänomistajan tietoa metsänsä tarpeista ja käyttömahdollisuuksista. ”Hyvä metsäsuunnitelma on helppokäyttöinen ja asiakaslähtöinen.” (Niskanen 2005, 40–41.)

## **2.2 Verkkopalvelu**

Verkkopalvelulla tarkoitetaan sähköisessä verkossa olevaa joukkoa aktiviteetteja, joiden käyttö antaa lisäarvoa käyttäjälleen. Verkkopalvelut ovat verkkojen välityksellä jaettavia, tuotettavia tai käytettäviä palveluita. Niillä täydennetään tai korvataan perinteisiä tai ne ovat täysin uudentyyppisiä palveluita. Verkkopalvelut voivat toimia tiedon välittämisessä, asioinnissa, ostosten teossa, vaikuttamisessa ja kommunikoinnissa sekä tietysti viihdekäytössä. Ihmisten toimintaympäristö onkin laajentunut fyysisestä ympäristöstä virtuaaliverkkoihin. (Sinkkonen ym. 2009, 25.)

Nykyään asioiden välittäminen sähköisesti on arkipäivää. Ilman sitä kyllä pärjää, mutta verkon kautta saa paljon sellaisia aineettomia hyödykkeitä, joilla on jo oikeasti vaikutusta pelkästään ajankäyttöön. Verkossa olevien mahdollisuuksien ja niiden ympä-

rillä pyörivien laitteiden sisäistäminen ottaa aikaa, mutta kun ne hallitsee, tulee ajansäästö jostain muusta, kuten vaikka matkoista. (Sinkkonen ym. 2009, 26.) Metsäalalla viitatessa piilee tässä Silvanetin kompastuskivi. Kuten Ripatti (2009) toteaa Tapion uutiskirjeessä, on metsänomistajien keski-ikä noin 60 vuotta. Joten aktiiviset verkkopalvelujen käyttäjät ovat tuossa ikähaarukassa harvassa.

Verkkopalvelujen sisältö voi olla joko staattista ja/tai dynaamista. Toisin sanoen, verkkopalvelujen sisältö säilyy samanlaisena pitkiäkin aikoja ja on kaikille käyttäjille sama. Tällöin puhutaan staattisesta palvelusta. Dynaamisen verkkopalvelun sisältö taas muuttuu käyttökertojen välissä, joko sivujen esillepanijan tai käyttäjän toiminnan vaikutuksesta, eli puhutaan toiminnallisesta palvelusta. Verkkopalvelun ollessa operatiivinen palvelu eli verkkosovellus, on palvelu aina toiminnallinen. Tästä hyvänä esimerkkinä ovat verkkopankit. Verkkosovellukset ovat vuorovaikutteisia ja ne tukevat toimintaketjuja, joissa tehdään jotain ulkomaailmassa näkyvää. (Sinkkonen ym. 2009, 26.)

Viitatessa Silvanettiin, puhutaan juuri operatiivisesta palvelusta. Palvelu on toiminnallinen ja se muuttuu joko käyttäjän tai palveluntarjoajan toimesta käyttökertojen välillä. Silvanetti tukee toimintaketjuja, joiden vaikutukset näkyvät ulkomaailmassa konkreettisesti työmaiden muodossa.

Verkkopalvelun olennainen osa on käytettävyys. Käytettävyyden näkökulma voidaankin jakaa kahteen näkökulmaan, saavutettavuuteen ja käytettävyyteen. Saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, että käyttäjällä on mahdollisuus päästä käsiksi lähetettyyn viestiin ja halutessaan jopa muokata sitä. Käytettävyys taas tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä, että viesti on ymmärrettävä ja helppolukuinen. Huono käytettävyys näkyy viestin vääristymisenä ja siten voi johtaa viestin väärin tulkintaan. (Parkkinen 2002, 57.)

Jotta palveluista saadaan helposti lähestyttävä ja käytettävä, on palvelu rakennettava käyttäjäkeskeisillä suunnittelumenetelmillä. Liikkeelle lähdetään toisaalta liiketoiminnallisista tavoitteista mutta myös siitä, millaisia ovat nykyiset ja potentiaaliset käyttäjät. Keitä he ovat ja mitä he yleensä tarvitsevat eri tilanteissa. Silvanetin tapauksessa puhutaan metsänomistajista ja toimihenkilöistä. Käyttäjäkeskeiset menetelmät on ke-

hitetty etenkin helppokäyttöisyyden, tehokkuuden ja käyttäytyvyyden tuomiseksi palveluihin. (Sinkkonen ym. 2009, 27).

Samalla kun käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla haetaan käyttäjille parhaita ratkaisuja, antaa se etuja myös suunnittelijoille. Menetelmät päästävät suunnittelijan lähelle käyttäjän ajatusmaailmaa ja antavat sitä kautta suunnittelijalle varmuuden siitä, mitä käyttäjä haluaa. Ennen kuin mitään on lähdetty toteuttamaan, on kuunneltu käyttötarinoita sekä testattu ja arvioitu prototyyppejä. Tällöin on voitu miettiä toteutustavan realistisuutta ja samalla on haettu ratkaisuja entä jos – -tilanteisiin. (Sinkkonen ym. 2009, 27.)

Verkkopalvelun suunnittelussa on otettava huomioon muutamia periaatteita. Palvelun pitää tukea käyttäjien luonnollisia tapoja tehdä tehtäviään, navigoinnin on oltava selkeä ja käyttäjän täytyy aina olla tietoinen, missä hän on palvelussa, mitä hän tekee ja mitä tapahtuu mistäkin. Palvelu ei saa sisältää monimutkaisia termejä eikä palvelussa saa olla liikaa toimintoja. Verkkopalvelu ei myöskään saa opastaa käyttäjää liikaa, vain sen verran kuin käyttäjä kokee tarvitsevansa. Verkkoviestintä on huomioitava palvelussa siten, että palvelun kautta onnistuu helposti jatkuva viestintä. Jos nämä asiat ovat verkkopalvelussa kunnossa edellä mainittujen lisäksi, pitäisi palvelu olla helppo myydä asiakkaille. (Sinkkonen ym. 2009, 35–37; Metsäntutkimuslaitos 2005, 15.)

Liiketoiminnallisesti ajatellen verkkopalvelu on silloin onnistunut kun käyttäjä- ja liiketoiminnalliset tarpeet kohtaavat. Toisin sanoen, mikäli kenelläkään ei ole tarvetta palvelulle, kukaan ei luultavasti silloin osta palvelua. (Sinkkonen ym. 2009, 51.) Verkkopankin osalta on onnistuttu tässä tavoitteessa. Se täyttää juuri ne tarpeet, joihin se on luotu. Voit hoitaa päivittäiset raha-asiasi työpäivän jälkeen kotisohvalta ilman käymistä konttorilla. Verkkopankista veloitettava hinta on pieni verrattuna siihen, mitä elämä olisi ilman verkkopankkia.

Metsäalalla ei verkkopalveluiden tarve ole vielä ollut yhtä suurta kuin pankkimaailmassa. Ovatko syynä sitten metsäalan pitkät perinteet vai mikä. Mutta onhan pankkejakin ollut maailman sivu ja silti metsäala on verkkosovelluksia verrattaessa lasten kengissä. Jos voit verkkopankin kautta käsitellä omaa osakesalkkuasi, niin miksi ei voisi samalla tavalla hoitaa omaa metsäomaisuutta verkkopalvelun kautta. Metsä on

kuitenkin vain hieman suuremmassa mittakaavassa olevaa rahaa, näin kärjistettynä. Joten miksi ei tulevaisuudessa voisi vaikka hoitaa puukauppa-asioitaan verkkopalvelun kautta.

Tällä hetkellä metsäalalla tarjolla olevat verkkopalvelut ovat jo nyt varsin helppoja käyttää, mutta niiden tuoma liiketoiminnallinen hyöty on vielä arvoitus. Joten vaatii aikaa selvittää, kannattaako verkkopalvelun kehittäminen. Miksi käytämme jonkin omaisuutemme hallintaan edelleenkin valtavaa paperitulostenippua, kun voisimme jo nyt saada saman informaation verkon kautta.

### **2.3 Silvanetti**

Metsäsuunnitelmia on ollut tarjolla paperiversiona jo vuosikymmenet, mutta sähköiseen formaattiin siirtyminen on vasta aluillaan. Metsäammattilaisilla metsävaratieto ja metsäsuunnitelmat ovat olleet sähköisessä muodossa jo pitkään. Koska yleensä suunnitelma tehdään kymmenvuotiskaudelle, on suunnitelman ajantasaisuus kauden lopussa kyseenalaista. Tähän ongelmaan on haettu ratkaisua Silvanetillä, jolla on mahdollista hallita ja päivittää metsäsuunnitelmaan verkossa reaaliaikaisesti. (Pukkala 2007; Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2010.)

Silvanetti on siis uusi metsänomistajille suunnattu verkkopalvelu, jolla on mahdollista hallita metsäomaisuutta verkossa. Silvanetin vaatimuksena on, että tilalla on ajan tasalla oleva metsäsuunnitelma, joka on mahdollista siirtää verkkoon (Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2010.) Verkkometsäsuunnitelmat ovat tehneet tuloaan läpi vuosikymmenen ja tällä hetkellä ollaan tilanteessa, jossa verkkometsäsuunnitelmat ovat toimivia välineitä metsäomaisuuden hallintaan. Etenkin yhteisomistuksessa oleville tiloille Silvanetti on kätevä työkalu suunnitelmien hyödyntämiseen. Ei tarvitse tulostaa kaikille osakkaille omaa suunnitelmaa tai kierrättää yhtä vaan kaikilla on mahdollisuus päästä käsiksi suunnitelmaan verkossa. Tällöin yhdellä osakkaalla olisi täydet oikeudet muokata ja tehdä ehdotuksia suunnitelmaan kun taas muilla voisi olla oikeudet pelkkään katseluun. Esimerkiksi kunnille tässä olisi hyvä mahdollisuus antaa kuntalaisten nähdä mitä kunnan metsissä tapahtuu, sillä lähimetsän kohtalo varmasti kiinnostaa alueella asuvia. Tällöin kuntalaisilla voisi olla näkyvissä esimerkiksi puustotiedot ja mitä työmaita on ehdotettu.

Silvanetin avulla on käyttäjän mahdollista tutkia metsäsuunnitelmansa työmaatietoja, suunnitella toimenpiteitä sekä hakea tarvitsemiaan teemakarttoja. Tärkeimpänä ominaisuutena lieene sähköinen asiointi metsänhoitoyhdistyksen kanssa, jolloin metsänomistaja voi lähettää haluamansa toimenpide-ehdotukset ohjelman kautta toimihenkilölle. Viestintä toimii myös toimihenkilöltä metsänomistajan suuntaan, jolloin toimihenkilö voi ehdottaa ajankohtaisia toimenpiteitä ohjelman kautta. Tällöin metsänomistaja saa heti selkeän kuvan, mistä toimenpiteistä puhutaan. (Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2010.)

Yhtenä tärkeimpänä ominaisuutena voidaan myös ajatella olevan tehtyjen työmaiden siirtoa Silvanettiin. Jos työmaat on päivitetty Silva-järjestelmän metsäsuunnitelmaan, on mahdollista siirtää uudet suunnitelmätiedot suoraan Silvanettiin, jolloin vanhat tiedot kirjautuvat yli. Tämän ominaisuuden käyttäminen vaatii toimihenkilöiden aktiivisuutta päivityksiin, sillä koko Silvanetin ajatus reaaliaikaisesta metsäsuunnitelmasta kaatuu, jos päivittäminen jätetään tekemättä. Metsänomistajalla on myös vastuuta suunnitelman päivittämiseen. Muiden suorittamista toimenpiteistä täytyy muistaa ilmoittaa yhdistykseen, jotta tiedot tulevat ajan tasalle. (Hartikainen 2010; Riikilä 2009.)

### **3 ASIAKKUUDENHALLINTA**

#### **3.1 Metsänhoitoyhdistyksen asiakkuudenhallinta**

Asiakkuudenhallinta merkitsee yritykselle jatkuvaa oppimisprosessia, jonka tärkeimpänä pyrkimyksenä on lisätä yrityksen tietämystä ja ymmärrystä asiakkuuksistaan (Saarikkomäki 2007). Metsänhoitoyhdistyksissä asiakkuuksien hallinnassa käytettävät välineet ovat yleensä asiakasrekisterit, joiden kautta etsitään tietoa markkinoitavista palveluista ja mahdollisista työmaista. Perusteena markkinoitaville ehdotuksille on yleensä metsäsuunnitelmasta saatava metsävaratieto. Asiakkuudenhallinta on yksi tärkeä tekijä metsänomistajista kilpailtaessa. Markkinoilla ei ole enää yhtä tai kahta toimijaa, jotka tuottavat samoja palveluita kuin Mhy, vaan palveluita on saatavissa useilta eri organisaatioilta. Tämä asettaa haasteita yhdistyksien asiakaspalveluille.

Asiakkuuksien korostaminen tarkoittaa yrityksen asettumista asiakkaan asemaan ja palveluiden tarkastelemista asiakkaan silmin. Yrityksen markkinoinnin tavoitteena on antaa asiakkaalleen sellaisia arvoja, joita asiakas arvostaa. Nykyään puhutaan paljon siitä, että yrityksen tulee keskittyä säilyttämään jo olevat asiakkaat pitkäaikaisina asiakkaina. Asiakkuudenhallinta kuvaakin yrityksen suuntaviivoja siinä, minkä asiakkuuksien kehittämiseen se haluaa jatkossa panostaa. (Mäntyneva 2001, 11.)

Asiakkuuden elinkaarta asiakkuudenhallinnassa voidaan kuvailla neljällä vaiheella. Asiakkaan hankkiminen, haltuunotto, kasvattaminen ja viimeisenä asiakkuuden säilyttäminen. Asiakkuudenhallinnan tehtävän on tunnistaa eri vaiheiden erityispiirteet, jolloin organisaatio voi asettaa tavoitteet niiden mukaan ja toimia kuten kukin vaihe vaatii. Asiakkuudenhallinnan keskeisenä tehtävänä on myös tunnistaa ne asiakkuudet, joissa on mahdollisuudet kasvaa kannattaviksi. (Saarikkomäki 2007.)

Asiakkaiden markkinoinnin ja palveluiden myynnin vastustus tulee esille esimerkiksi siinä, että osa asiakkaista haluaa olla kaiken markkinointiviestinnän ulkopuolella eikä halua käytettävän tietojansa markkinointitarkoituksiin (Mäntyneva 2001, 11). Tämä on nähtävissä myös metsäalalla, sillä on niitä metsänomistajia, jotka eivät halua minkäänlaista markkinointia metsäpalveluista. Tai jos markkinointia tulee, niin sitä ei noteerata. Tähän vaikuttanee metsänomistajien korkea keski-ikä, joka on noin 60 vuotta (Ripatti 2009). Se ikäpolvi, joka on keski-ikäistä, tai sen yläpuolella, on huomattavasti hankalampi tavoittaa kuin ne, jotka ovat alle keski-ään. Vanhempi sukupolvi on tottunut itse hoitamaan asiansa, eikä tarvitse siihen markkinointia, vaan he tulevat kysymään sitten kun on asiaa.

Yrityksessä asiakashallinnan edut jakautuvat kahteen ryhmään. Asiakkuuksien hallinta lisää yrityksen tietämystä asiakkaista ja siitä, miksi he ostavat. Toisaalta, asiakkuudenhallinta lisää myynnin ja markkinoinnin tehoa ja vaikuttavuutta, mikä antaa vahvuuksia metsäpalveluiden myyntiin. Kuitenkin pitää muistaa, ettei myynnin ja markkinoinnin tehokkuus ja vaikuttavuus parane itsestään. Tässä tapauksessa vaikuttavuus ei parane pelkän Silvanetin avulla, vaan määrätietoisella asiakaslähtöisten toimintamallien ja prosessien kehittämisellä. (Mäntyneva 2001, 11–13.)

Metsänhoitoyhdistyksessä asiakkuudenhallinnalla pyritään yhdistyslähttöiseen ja aktiiviseen palvelujen tarjontaan. Nykyään työmaat eivät enää kävele taloon ilman myyn-

tiä ja markkinointia, vaan on oltava tieto siitä mitä asiakkaat tarvitsevat ja milloin. Tähän on tietysti apuna asiakasrekisterit, josta löytyy yhdistyksen toteuttamat työmaat ja metsävaratieto siltä ajalta kun on suunnitelma. Asiakkaan itsensä tekemät työmaat voivat puuttua kokonaan, jos asiakas on käyttänyt muiden palveluita tai ei vaan ole ilmoittanut asiasta yhdistykseen. Tällöin ollaan heti jäljessä asiakkuudenhallinnan osalta, ei välttämättä tiedetä, mikä on asiakkaan tarve. Asiakkuudenhallinnalla on mahdollista tavoittaa tai tunnistaa erilaisia segmenttejä, joille voidaan kohdentaa juuri tietyn palvelun markkinointia.

Asiakkuuksien kannattavuuden huomioiminen ja kehittäminen parantavat olennaisesti yrityksen kannattavuutta. Yrityksen asiakkuudenhallinnan keskeisenä tavoitteena on parantaa yrityksen otetta asiakkuuksista ja parantaa niiden kannattavuutta. Aktiivinen asiakkuudenhallinta on näin huomattavasti parempi kuin passiivinen. (Mäntyneva 2001, 31–32.) Tähän pyritäänkin Silvanetillä, asiakas on yhdistyksen otteessa tehdes-  
sään sopimuksen palvelusta, jolloin voidaan aktiivisesti seurata metsäomaisuutta ja kehittää asiakkuutta. Palvelun kautta saadaan aina tehty työmaat yhdistyksen muistiin, eivätkä ne jää roikkumaan kenenkään muistin varaan. Tällöin ei ole haittaa, vaikka toimihenkilö vaihtuisikin välillä, sillä kaikki tarvittava tieto asiakkaasta ja asiakkaan metsistä on saatu palvelun kautta rekisteriin.

Koska yleinen liiketoiminnallinen pyrkimys on taloudellisen voiton maksimointi ja kannattavuus, on markkinointitoiminnon keskeinen intressi markkinoinnin kannattavuuden maksimointi. Yrityksen voittoon liittyy olennaisesti tuoton aikaansaamisesta aiheutuneet kustannukset. Koska metsänhoitoyhdistyksen tulos tulee asiakkailta, on oltava selvillä mitkä asiakkuudet ovat kannattavia ja mitkä eivät. Joten asiakkuuksia kehitettäessä ja rakennettaessa on otettava selvää mitkä asiakkaat ovat kannattavia ja mitkä eivät. Koska metsänhoitoyhdistyksen kaikki asiakkuudet eivät ole yhtä tuottavia, on sen päätettävä mihin asiakkuuksiin se haluaa keskittyä. Yleensä yrityksellä on eniten sellaisia asiakkuuksia, jotka tuottavat vaatimattomasti tai kohtuullisesti. Pieni osa asiakkaista on erittäin tuottavia, kuitenkin he tuovat suurimman osan voitoista. Puhutaan siis 80/20 periaatteesta. Yrityksen on siis tunnistettava asiakkaistaan kannattavimmat ja tappiollisimmat asiakkaat. Tämä on mahdollista jo nyt asiakasrekisterin avulla yhdistyksissä, mutta todennäköisesti ne, jotka käyttävät Silvanettiä ovat niitä kannattavia asiakkaita. (Mäntyneva 2001, 34–40.)



### 3.2 Silvanetti asiakkuudenhallinnassa

Metsänhoitoyhdistyksille luodulla Silvanetillä annetaan työkalu vastata paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Uutta pyörää ei suinkaan olla keksimässä vaan on annettu pyörälle paremmat laakerit. Tähänkin asti metsänhoitoyhdistyksillä on ollut metsäsuunnitelmatieto asiakkaidensa metsistä myös sähköisessä muodossa. Jos Silvanetillä saataisiin aktivoitua metsänomistajat itse metsävaratietojen ylläpitämiseen, antaisi se paljon uusia mahdollisuuksia yhdistysten palvelujen markkinointiin. Silvanetin kautta metsänomistajan tekemät ehdotukset ovat palvelujen myynnin kannalta helpotus, aina ei välttämättä tarvitse lähestyä palvelun tarjoajan näkökulmasta, vaan voi tarjota palveluitaan metsänomistajan vaatimiin tarpeisiin.

Asiakkuudenhallintaan teknologian hyödyntäminen tuo mukanaan uusia mahdollisuuksia, mutta samalla se vaatii yritykseltä enemmän. Täytyy muistaa, että etenkin uuden teknologian hyödyntäminen vaatii sellaisia taitoja, joita toimihenkilöiden täytyy osata. Unohtamatta tietenkään sitä, että metsänomistajan on myös osattava hyödyntää teknologiaa samalla tavalla. Jos osaamistaso ei olekaan sitä mitä on oletettu, saattaa pettymys olla suuri kun asiakkuudenhallintaan suuntautuvat odotukset eivät toteudu odotetusti. Pohjimmiltaan asiakkuuden hallinnassa on kyse asiakkaiden tarpeiden ja niiden tehokkaan tyydyttämisen jatkuvasta oppimisesta. (Mäntyneva 2001, 21–23.)

Asiakkuuksien kannattavuuden huomioiminen ja kehittäminen säteilee suoraan yrityksen kannattavuuteen (Mäntyneva 2001, 27). Joten jos Silvanetillä saavutetaan kannattavien asiakkaiden huomio ja sitä kautta saadaan uusia työmaita, on silloin onnistuttu palveluiden kehittämisessä. Toisaalta Silvanetillä saavutettava asiakaskunta on vielä niin suppea, ettei sillä ole varsinaisesti välitöntä vaikutusta yrityksen kannattavuuteen, ellei siiten satsata ylettömästi resursseja. Tämä vaikuttaa vielä osin siihen, ettei Silvanetti ole vielä suuressa markkinoinnissa, vaan sen markkinat siintävät vielä tulevaisuudessa. Edellä vertailtiin jo pankkien verkkopalveluja metsäalan verkkopalveluihin, jos omaa osakesalkkua voi hallita verkossa, niin kyllähän sen pitää olla mahdollista myös metsäomaisuuden kannalta.

Vaikka metsänomistajien keski-ikä on aika korkea, on joukossa myös nuoria metsänomistajia. Nuorissa on tulevaisuus, kuten sanotaan, ja se pätee myös metsäalan palveluita markkinoidessa. Mikäli saadaan myytyä Silvanetti-palvelu nuorelle metsänomis-

tajalle, hänet sidotaan metsänhoitoyhdistyksen asiakkaaksi ainakin sopimuskauden loppuun. Nuoremmilla palveluista maksamiseen ei ole niin korkeaa kipukynnystä kuin vanhemmalla, ja siten palvelun myyminen voi olla helpompaa. Kaikki asiakkaat, joille palvelu saadaan myytyä, ovat arvokkaita, mutta totuus on se että nuoremmat ovat mahdollisesti pitempään kannattavia asiakkaita.

### 3.3 Asiakkuudenhallinnan kehittäminen

Mäntynevan (2001, 110) mukaan asiakkuudenhallinnan kehittämisen voi aloittaa pienen askelin. Tämä tarkoittaa sitä, ettei ole välttämätöntä rakentaa asiakkuudenhallinnan prosesseja ja niitä tukevia järjestelmiä heti valmiiksi, vaan prosessin laajuuden ja monimutkaisuuden takia on järkevää aloittaa hitaasti. Yllä mainittujen pienten askelten polkua voidaan kolmivaiheisella etenemisreitillä.

Ensimmäisessä vaiheessa keskitytään normaalisti tuotemyyntiin asiakkaille selvittäen samalla asiakkuuksien arvoa ja toimimaan niitä vastaavasti. Toisessa vaiheessa keskitytään enenevissä määrin asiakkuuksiin ja asiakkuudenhallinta pyritään saamaan kiinteästi yrityksen asiakaskontakteihin. Kolmannessa vaiheessa keskitytään asiakkuudenhallinnan kehityshankkeisiin. Päähuomio painottuu tällöin asiakkaaseen, asiakasdialogin johtamiseen, tiedonhankintaan sekä myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun prosessien optimointiin. (Mäntyneva 2001, 110–111.)

Silvanetin kohdalla tämä tarkoittaa sitä, että selvitetään tuotetta myydessä mitä asiakas haluaa tuotteelta sekä rakennetaan asiakassuhdetta Silvanetin kautta yhä tärkeämmäksi. Koska Silvanettiä muokataan jatkuvasti, kehittämiseen olennaisena osana kuuluvat asiakaspalautteet, joiden kautta tuotetta pyritään parantamaan. Kun asiakas huomaa, että hänen palautteestaan on otettu opiksi, syventää se luottamusta ennestään palveluntarjoajaan.

Kun toimihenkilö voi ehdottaa asiakkaalleen työmaita suoraan Silvanetin kautta, jäävät asiakkaalta pois toimisto käynnit, jotka haittaavat etenkin kauempana asuvien asiakkaiden kanssa toimimista. Toki nykyinen matkapuhelintekniikka on tuonut tähän helpotuksensa mutta allekirjoituksia ei vielä paperille saa verkon läpi. Tällöin jäävät pois myös pelkästään puhelimen kautta tehdyt selvitykset. Kun asiakas saa Silvanetin kautta ehdotuksen työmaista omalle näytölleen, näkee hän konkreettisesti missä ollaan

tekemässä ja mitä. Jos järjestelmä toimii, kuten edellä mainitaan, toimihenkilö voisi käyttää yhä enemmän aikaa markkinointiin ja myyntiin, unohtamatta tietenkään Silvanetin päivittämistä.

## **4 PALVELUT JA SILVANETTI**

### **4.1 Palvelun määritelmä**

Palvelu sanan merkitys vaihtelee henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena, sitä on hankala selittää yksinkertaisesti. Koska palvelu on itsessään niin monimutkainen ilmiö, voi lähes kaikesta tehdä palvelun jos pyritään tarjoamaan asiakkaan tarpeisiin ratkaisua. Palvelun hahmottamista voi helpottaa vertailemalla erilaisia tavara- ja palveluyhdistelmiä. Tällöin tavarat ja palveluta voidaan eritellä siten, että toisessa päässä ovat aineelliset tavarat ja toisessa enimmäkseen aineettomat palvelut. Aineellisia ovat esimerkiksi elintarvikkeet ja aineettomia esimerkiksi mainostoimistot. Palveluihin kuuluu muutamia ominaispiirteitä, jotka asettavat tiettyjä vaatimuksia palvelun tuottamiselle. Niitä ovat palvelun aineettomuus, heterogeenisyys eli vaihtelevuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus sekä ainutkertaisuus. (Grönroos 2000, 49; Lämssä & Uusitalo 2002, 17.)

Asiakkaan puolelta palvelu koetaan yleensä subjektiivisesti, palveluja kuvaillessaan he käyttävät ilmaisuja kuten kokemus, luottamus, tunne ja turvallisuus. Nämä ovatkin hyvin abstrakteja tapoja kuvata palvelua, mihin syynä on palvelun aineettomuus. Toki monissa palveluissa osana ovat myös konkreettiset ainekset, mutta olennaisin osa on ilmiön aineettomuus. Aineettomuudesta johtuu asiakkaan ongelmat arvioida tuotetta, kuinka antaa arvosana tunteelle tai luottamukselle. Tästä johtuu se, että palvelua täytyisi konkretisoida asiakkaalle fyysisillä apuvälineillä, kuten esimerkiksi asiakirjoilla. (Grönroos 2000, 53.)

Palvelun ollessa sarja samanaikaisesti tuotettuja ja kulutettuja tekoja tai prosesseja konkreettisen asian sijaan, laadun valvonta ja markkinointi eivät onnistu perinteisin keinoin. Huonoa palvelua ei voi heittää roskeen kuten huonoa leipää. Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus johtaa siihen, että palvelut on tuotettava yksilöllisesti. Palvelun tuotantoketjussa asiakasrajapinta on usein avoin, eli asiakas pääsee vaikutta-

maan lopputuotteeseen. Tämä johtaa siihen, että palvelua tuottaessa on samalla tehtävä laadunvalvonta sekä markkinointi. Sillä jos yritys ei seuraa toimintaa palvelua tuottaessa, jolloin asiakas on mukana, voi asiakkaalle jäädä kielteisiä markkinointikokemuksia. (Grönroos 2000, 54; Brax 2007.)

Palvelun heterogeenisyys johtuu siitä, että asiakas on itse mukana palvelun tuotannossa. Tällöin jokainen palvelu on erilainen. Palvelutapahtuma on aina ainutlaatuinen ja sen laatuun voi esimies vaikuttaa luomalla selkeät toimintamallit, miten toimitaan sekä kouluttamalla henkilöstön ammattitaitoa. Koska palvelu on ainutkertainen, ei sitä voi jälkeempään korjata. Se katoaa kuluttamisen jälkeen, eikä sitä voi varastoida, myydä edelleen tai palauttaa. Tämä johtaa siihen, että virheiden ja epäonnistumisien paikkaamiseen täytyy kehittää muut tavat kuin tavaroiden kanssa toimiessa. Palvelujen heterogeenisyys ja ainutkertaisuus tuo palvelujen johtamiselle suuren haasteen, miten pitää asiakkaille tuotetun ja tarjotun palvelun laatu tasaisena. (Grönroos 2000, 54; Lämsä & Uusitalo 2002, 19.)

#### **4.2 Palvelutuote ja Silvanetti**

Palvelutuotteen ero pelkkään palveluun on, että palvelutuote nähdään osakomponenttien nippuna eli pakettina. Palvelutuote muodostuu siis tavarahan ja palvelun dimensioista. Tällöin palvelun eri osiin voi liittyä tavaroita ja järjestelmiä. (Brax 2007.) Palvelutuotteet ovat metsäalalla hyvinkin yleisiä, esimerkiksi taimikonhoito on hyvä esimerkki palvelutuotteesta. Se on palvelu siinä missä muutkin palvelut, mutta samalla siihen kuuluu oleellisena osana metsässä tehtävä konkreettinen työ. Silvanetti on myös hyvä esimerkki palvelutuotteesta. Se myydään palveluna, asiakas voi vaikuttaa lopputuotteeseen ja lopulta hän saa konkreettisesti verkkometsäsuunnitelman käyttöönsä.

Palvelutuotetta voidaan kuvailla kolmiulotteisena. Ensimmäisenä on ydinpalvelu, joka on markkinoilla olon syy. Silvanetin tapauksessa ydinpalvelu on metsävaratieto. Ydinpalvelun lisäksi tulevat lisä- tai avustavat palvelut/tavarat ja tukipalvelut. Metsävaratiedon avustava palvelu on metsänomistajalle luovutettava metsäsuunnitelma, joka on välttämätön osa metsäsuunnittelua. Metsäsuunnitelman tukipalveluna toimii Silvanetti. Se ei ole välttämätön osa palvelua ja palvelu voidaan myydä myös ilman sitä, mutta pystyäkseen kilpailemaan muiden toimijoiden kanssa metsänomistajista, on verkkometsäsuunnitelma metsänhoitoyhdistykselle tarpeellinen tuote. (Brax 2007.)

Avustavien ja tukipalveluiden välinen ero ei läheskään aina ole aivan selvä. Esimerkiksi pitkällä lennolla tarjottava lounas on ydinpalvelua avustava palvelu, mutta sen rooli muuttuukin lyhyellä lennolla tukipalveluksi. Samaa voidaan ajatella myös Silvanetistä, miksi enää ottaa perinteistä paperiversiota suunnitelmasta, kun sen voi saada suoraan päätteelle. Avustavien ja tukipalveluiden välinen ero on oltava johtamisen kannalta selvä. Avustavat palvelut ovat välttämättömiä, ilman niitä palvelupaketilla ei ole pohjaa. (Grönroos 2000, 120.)

Metsäsuunnittelun palvelupakettiin kuuluvat metsänomistajalle luovutettava paperinen metsäsuunnitelma ja, asiakkaan niin halutessa, verkkometsäsuunnitelma. Metsäsuunnitelman ohessa tarjottavan Silvanetin ei välttämättä tarvitse tuottaa katetta, mutta jos sillä saadaan aikaan asiakasvirtaa yhdistykseen päin, on palvelu hankkinut silloin paikkansa. Silvanetin vaikutusta kokonaisuuteen täytyy katsoa riittävän laajasti, jotta nähdään onko siitä hyötyä. (Jaakkola ym. 2009, 11.)

Palveluna Silvanetti on metsänhoitoyhdistykselle palvelu muiden joukossa. Se täytyy myydä asiakkaalle kuten muutkin palvelut. Pysyäkseen nykyisessä kilpailussa mukana on luotava juuri tällaisia palveluita, joilla on mahdollista erottua muista. Verkkometsäsuunnitelma löytyy myös kaikilta muilta toimijoilta, joten paljon ratkaisee palvelun myynnin kohdalla sen käytettävyys. Tosin, kuten edellä mainittiin, on käyttäjäryhmä vielä tällaisella palvelulla marginaalinen verrattuna muihin palveluihin, mutta jatkossa käyttäjämäärän soisi lisääntyvän. Mutta jos sillekin vähälle käyttäjämäärälle tarjotaan käytettävyydeltään huonoa palvelua, on varma että he hankkivat palvelun joltain muulta. Se aika, jolloin Silvanettiä tulisi myydä ja markkinoida voimakkaasti on vielä tulevaisuudessa. Ajallisesti on vaikea sanoa, kauanko menee siihen, että metsänomistajista suurin osa on valmis ottamaan vastaan palvelun. Voisi kuitenkin ajatella että vuosikymmenen päästä ollaan jo melko pitkällä verkkopalveluiden käytössä myös metsäalalla.

## **5 METSÄSUUNNITELMAN PÄIVITYS**

### **5.1 Vaatimukset**

Metsäsuunnitelman päivittämiseen liittyy muutamia teknisiä vaatimuksia, jotka helpottavat päivitystyötä. Päivitettävän metsäsuunnitelman tulisi olla sähköisessä muodossa, kuten nykyään lähes kaikki suunnitelmat ovat. Tällöin päivitystyö voidaan tehdä ilman paperien pyörittelyä. Mikäli metsänomistajalla on useita tiloja, jotka kuuluvat päivitettävään suunnitelmaan, on suunnitelmien oltava järjestelmässä tiloittain. Jos saman omistajan tilat ovat järjestelmässä samassa suunnitelmassa, on suunnitelman käsittely ohjelmissa hankalaa ja työlästä ohjelman avatessa kerralla useita tiloja.

Suunnitelmaa kesken talouskauden päivitettäessä pitää ottaa huomioon jo tehdyt työmaat. Työmaiden ollessa yhdistyksen rekisterissä pitäisi tehdyt työt olla päivitettyinä suunnitelmaan, mutta näin harvemmin on. Tämä nopeuttaisi suunnitelman päivitystä suuresti, kun ei tarvitsisi erikseen käydä toteamassa tehtyä työmaata. Tähän suuntaan ollaan menossa Silvanetin myötä, kun suunnitelman tulee olla jatkuvasti ajan tasalla. Tietysti muiden toimijoiden tekemistä työmaakuvioista ei tietoa välttämättä ole, joten kyseiset kuviot on käytävä läpi maastossa.

Metsäsuunnitelman sisältäessä yli viisi vuotta vanhoja tietoja on sen merkitys vähäinen metsävaratietojen osalta. Perustiedot ovat kyllä samat, mutta puustotiedot voivat olla hyvinkin erilaiset. Puustotietojen päivittämättömyys johtuneee suurelta osin siitä, ettei sitä ole erikseen sovittu metsänomistajien kanssa. Koska siitä ei voi laskuttaa, ei sitä silloin tehdä, vaikka se helpottaisi omaa toimintaa paljonkin. Tähän ongelmaan tarjotaan sitten ratkaisua Silvanetillä, mutta olisihan suunnitelmat voinut päivittää aina työmaan jälkeen, jolloin uuden suunnitelman koostaminen olisi nopeampaa ja tehokkaampaa.

### **5.2 Päivitystyö käytännössä**

Käytännön päivitystyö tehdään mahdollisimman pitkälle toimistotyönä. Suunnitelman metsävaratiedot lasketetaan Silva-kuviot ohjelmalla nykypäivään ja samalla tarkistetaan lasketettujen tietojen järkevyyttä. Mikäli tehtyjä työmaita ei ole päivitetty suunnitelmaan, tulee työmaatiedot etsiä asiakasrekisterin puolelta ja poistaa tarvittavilta ku-

vioilta jo tehtyt toimenpide-ehdotukset. Tämä on toimistotyön työläimpiä vaiheita, koska täytyy pelata kahden ohjelman välillä. Jos tiedetään, ettei suunnitelman tiloilla ole toimittu ollenkaan kuluneen talouskauden aikana, on päivitystyö mahdollista tehdä kokonaan toimistotyönä.

Mikäli suunnitelman teon jälkeen on toteutettu ehdotettuja toimenpiteitä, täytyy kyseisiltä kuvioilta kerätä tiedot maastossa. Valmisteltu suunnitelma siirretään maastomikrolle, jolla voidaan tehdä maastossa täysin valmis suunnitelma, joka siirretään Silvanettiin. Maastotöiden painopiste on niillä kuvioilla, joilla tiedetään olleen toimintaa. Näiltä kuvioilta kerätään puustotiedot samalla tavalla kuin oltaisiin tekemässä uutta suunnitelmaa. Kuviot, joiden tiedetään olevan samassa tilassa kuin talouskauden alussa käydään katsomassa, muttei välttämättä kerätä puustotietoja. Puustotiedot kerätään siinä vaiheessa, jos laskentaohjelma on laskenut väärin tai muuten tiedot näyttävät ohjelmassa epäuskottavilta.

Puustotietojen ohella päivitetään myös toimenpide-ehdotukset kaikille kuvioille. Tämä on tärkeää hoitamattomille kuvioille, joiden tila saattaa vaatia toimenpiteitä aiemmin kuin alkuperäisessä suunnitelmassa on ehdotettu. Tai niille kuvioille, joille on ehdotettu toimenpiteitä, muttei selvästi ole tarvetta minkäänlaisiin toimenpiteisiin. Kuviorajojen tarkastaminen kuuluu myös maastotöihin, jos kuviorajat ovat muuttuneet toimenpiteiden ohessa. Ilmakuvat ovat kuviorajoja tarkastellessa tärkeä apuväline, mutta jos ilmakuvat ovat samat kuin alkuperäistä suunnitelmaan koostaessa, ei niistä ole paljoa hyötyä.

Maastotöiden ja tarkastusten jälkeen tehdään tarvittavat muutokset joko suoraan maastomikrolle tai toimistolla pöytäkoneella. Muutoksien jälkeen ajetaan ohjelmasta löytyvät tarkistusajot, jottei suunnitelmaan jää virheitä. Etenkin kuviorajojen täytyy olla kunnossa ajatellen Silvanettiin siirtoa. Kuviot eivät siirry oikein, jos niissä on virheitä. Maastomikrolla toimiessa täytyy ottaa huomioon, ettei maastotiedonkeruu ohjelma SilvaPmt laske hakkuumääriä ollenkaan, vaan hakkuumäärät täytyy laskettaa erikseen Silva-kuvioiden puolella.

Päivitystyöstä voidaan todeta että mitä tuoreempi suunnitelma on päivitettävänä, sitä nopeampaa työ on. Tosin vaikka suunnitelma olisi vain pari vuotta vanha, mutta tehty-

jä toimenpiteitä on paljon ja niistä ei ole tietoa tai tietoja ei ole päivitetty, muuttuu päivivitys yhtä työlääksi kuin vanhemmilla suunnitelmilla.

### 5.3 Ajanmenekki

Päivitettävän metsäsuunnitelman mallina työssä käytettiin siis Nälännön yhteismetsää. Yhteismetsän metsäsuunnitelma on talouskauden puolivälissä ja kaikissa sen työmaissa on toimijana ollut mhy. Tällöin yhdistyksellä on rekisterissä kaikki työmaat, jotka ovat toteutuneet yhteismetsän alueella, mutta työmaita ei ole päivitetty suunnitelmaan. Tämä aiheuttaa sen, että kaikki kuviot, joilla on toimittu, täytyy käydä läpi. Yhteismetsän koostuu useasta erillisestä tilasta, jotka ovat järjestelmässä samassa suunnitelmassa. Tämä luo oman hankaluutensa itse suunnitelman käsittelyyn ohjelmissa, etenkin kartan käsittely SilvaGis-ohjelmassa on raskasta.

Toimistolla suunnitelman valmisteluun kului aikaa noin 5 tuntia. Siinä ajassa laskettiin puustotiedot nykypäivään kaikille kuvioille sekä tarkistettiin yleistiedot kuvioilta ja käytiin läpi työmaatiedot. Ilmakuvien ollessa samat kuin alkuperäistä suunnitelmaa laatiessa ei niistä ollut hyötyä kuviorajojen tarkastamiseen. Mahdolliset kuviorajojen muutokset ja korjaukset täytyi tehdä maastossa.

Itse maastotöihin aikaa kului hehtaaria kohti huomattavasti enemmän. Yhteismetsällä oli useita tiloja, joilla ei ole toimittu suunnitelman teon jälkeen, mutta myös sellaisia tiloja, joilla oli toimittu lähes joka kuviolla. Ajanmenekkiin vaikutti tietysti myös maasto, kuvioden koko sekä puuston laatu. Nälännön yhteismetsässä kuviokoot vaihtelivat puolesta hehtaarista aina kymmenen hehtaarin kokoisiin kuvioihin.

Syksyn aikana suunnitelman maastotöitä kertyi 337 hehtaaria, joka on alle puolet koko pinta-alasta. Tämän alueen läpikäymiseen kului aikaa noin 38 tuntia, jolloin 8 tunnin työpäivän tuotos oli 72 ha. Tuohon kokonaistuntimäärään sisältyy siirtymiset maastoon, itse maastotyöt sekä suunnitelman tarkistus toimistolla ja siirrot maastomikrolta toimiston järjestelmään. Päiväsaavutuksena tuo määrä on riittävä, sillä tehtäessä kokonaan uusi suunnitelma ilman vanhoja suunnitelma tietoja, jää työpäivänä saavutus noin 60 hehtaariin. Jos päästäisiin sellaiseen ihanne tilanteeseen, että kaikki suunnitelmat olisivat sähköisessä muodossa, ei kokonaan uusia suunnitelmia tarvitse ollenkaan tehdä, vaan suunnitelmat voitaisiin vain päivittää aina uudelleen. Tällöin metsä-



varatietojen keruu tehostuisi ja suunnittelua voitaisiin lisätä tai käyttää vapautunut aika muuhun toimintaan.

#### **5.4 Siirto Silvanettiin**

Siirrosta Silvanettiin on Silvadata (2010) julkaissut oman ohjeensa yhdistyksille. Siinä kerrotaan yksityiskohtaisesti miten siirto tapahtuu. Itse siirto on yksinkertainen tapahtuma, joka menee läpi muutamasta sekunnista muutamaan minuuttiin, riippuen suunnitelmien ja työmaiden määrästä.

Siirtoa tehtäessä on otettava huomioitava muutamia asioita, jotka vaikuttavat siirtoon. Metsäsuunnitelmassa täytyy tarkistaa kuviorajat, ja että kuviotiedot ovat oikein. Kuviot eivät piirry Silvanettiin oikein jos niissä on virheitä. Työmaita siirrettäessä täytyy muistaa tehdä työmaatuloista pdf-tuloste ennen siirtotiedoston luomista. Työmaatulosteissa on muistettava myös puukaupan määrä- ja hinta-arvion numero sekä puunkorjuupalveluissa hintojen esitys kanto- tai hankintahintoina.

Vastuualuerajaus on tarkistettava ennen siirtoa. Tämä tulee kyseeseen silloin, jos vastuuhenkilöt muuttuvat alueilla. Mikäli siirrettäessä vastuualue on väärä toimihenkilö, jonka alueeseen metsänomistajan tulisi kuulua, ei näekään metsänomistajaa omalla vastuualueellaan. Samalla ilmenee ongelma viestien välityksessä metsänomistajalta toimihenkilölle. Ohjelmassa ei ole oletuksena osoitetta jonne viestit menevät vaan se täytyy asettaa erikseen. Siirron onnistuminen tulee tarkistaa kirjautumalla metsänomistajan tunnuksilla palveluun ja tarkistaa kaikki tiedot, jotta ne pitävät paikkansa. Tämän jälkeen palvelu on valmis asiakkaan käyttöön.

### **6 POHDINTA**

Tietoverkkoyhteyksien jatkuva kehittyminen ja paraneminen on tehnyt mahdolliseksi luoda jatkuvasti uusia verkkosovelluksia joka alalle. Verkkosovellusten edelläkävijänä voidaan ajatella pankkipalveluja. Milloin oman omaisuuden hallinta olisi ollut yhtä helppoa kuin nykyään. Parilla klikkauksella näkee koko omaisuuden, varat ja velat. Metsäalalla moinen ajattelu ei ole ollut, eikä varmaan tule olemaan kovin yleistä vielä lähivuosina.

Suuri osa metsäomaisuudesta on ainakin toistaiseksi niin ikääntyneissä käsissä, ettei metsänomistajilla ole halua lähteä mukaan nykyajan kehitykseen. Tämä ikäpolvi on tottunut hoitamaan asiansa aina kasvotusten, olipa kyse sitten pankki- tai metsäasioista. Mutta ei pidä syyllistää pelkästään iäkkäitä, sillä verkkometsäsuunnitelma on ollut tarjolla jo usean vuoden ajan eri toimijoilla, eikä se ole ainakaan vielä saavuttanut suurta suosiota. Murros verkkopalveluiden käyttöön on vasta tulevaisuudessa. Kuluu aikaa siihen tilanteeseen että verkkometsäsuunnitelma on tärkein väline metsäomaisuuden hoidossa.

Verkkometsäsuunnitelma on oiva väline metsäomaisuuden hallintaan, muttei ole vielä välttämätön palvelu. Tätä kuvastaa tehtyjen Silvanetti sopimusten määrä myös Kiuruveden metsänhoitoyhdistyksessä. Sopimus on murto-osalla metsänomistajista. Mutta koska palvelu on ollut tarjolla vasta reilun vuoden, ei Silvanettiä voi verrata perinteiseen metsäsuunnitelmaan, joita on ollut tarjolla jo kolmenkymmenen vuoden ajan. Uuden palvelun sisäistäminen ja käyttöön ottaminen vaatii aina aikaa ja tietysti rahaa palvelun tarjoajan puolelta, jotta palvelu saadaan kunnolla tunnetuksi. Mentäessä ajassa vuosikymmen eteenpäin, tilanne voi hyvinkin olla toinen. Tietenkään ei voi jättää pois asioiden tarkistamista metsässä, mutta mikäli toimenpide-ehdotukset perustellaan ensin palvelun kautta kuvioille täsmennettynä ja myöhemmin vielä itse työmaalla, ei myynnin pitäisi olla ainakaan perusteista kiinni. Toki tämä on mahdollista jo nyt perinteisen metsäsuunnitelman kautta, mutta koska internet on yhä suosittu media, niin miksi metsänomistaja ei voisi lukea metsänhoitoyhdistyksen ehdotuksia samalla kun lukee päivän lööpit verkkolehdistä.

Silvanetin vaikutuksista metsänhoitoyhdistyksen asiakkuuksien hallintaan ei ole vielä kunnollisia kokemuksia, sillä palvelu on ollut vasta vuoden tarjolla. Silvanetti antaa kuitenkin hyvät eväät siihen, sillä kun metsänhoitoyhdistyksellä on ajan tasalla asiakkaan metsävaratiedosta, on sillä hyvät eväät tarjota juuri oikeita palveluita metsänomistajan tarpeisiin. Toisin sanoen, kenellä on tieto, sillä on valtaa. Tämä pätee metsälalla joka asiassa, se myy, joka tietää mitä asiakas tarvitsee. Lankeavan työn yhä vähetessä on myynnin merkitys yrityksen kannattavuudelle entistä suuremmassa osassa. Mikäli tulevaisuudessa olisi mahdollista tarjota suurelle osalle metsänomistajia palveluita Silvanetin tuella, voisivat toimihenkilöt kohdentaa markkinointia entistä tarkemmin oikeille kohderyhmille.

Silvanetti palvelusta tulisi tehdä metsänomistajille kiinnostava. Tällä hetkellä sitä tarjotaan suunnitelman yhteydessä, muttei se herätä mielenkiintoa ottaa palvelua. Palvelu tulisi saada tuntumaan tärkeältä metsänomistajan silmissä, mutta on haastavaa löytää tapa miten se tehdään. Paljon vaikuttaa verkkometsäsuunnitelman myymiseen myös sen päivitys, koska olennainen osa Silvanettiä on, että sitä pidetään yllä ja aina tehdyt työmaat päivitetään metsäsuunnitelmaan ja sieltä Silvanettiin. Jos päivittäminen jää tekemättä tai se tulee vuosien viiveellä, menettää Silvanetti kokonaan perusteet olla reaaliaikainen kuvaus metsäomaisuudesta. Toisaalta, metsänhoitoyhdistyksillä on tähänkin asti ollut rekisterit tehdyistä työmaista, joten miksi niitä ei ole jo aikaisemmin päivitetty sähköisiin suunnitelmiin. Tarvitaanko siihen erikseen tällainen palvelu, että metsänhoitoyhdistyksellä olisi metsikkötiedoista ajantasainen tieto. Johan se helpottaisi yhdistyksen toimintaa kun etsiessä työmaita suunnitelmarekisteristä, ei tulisi vastaan enää jo toteutettuja ehdotuksia. Kuitenkin lähes kaikki työmaat käydään tarkistamassa toimenpiteiden jälkeen maastossa, joten samalla tulisi kerättyä tuoreet puustotiedot kuviolta. Tämän voi tehdä myös metsurit ainakin taimikonhoitojen osalta, sillä täytyyhän heidän seurata omaa työjälkeään.

Metsäalalla kaikki toiminta perustuu ajantasaiseen metsävaratietoon. Jo ilmakuviista on mahdollista nähdä millaista metsää on tietyissä kohteissa, mutta puuston määriä niistä ei saa selville. Metsävaratiedon kerääminen vaatii vielä kuitenkin paikanpäällä tehtävät mittaukset. Tuloaan tekevä laserkeilaus helpottaa ja nopeuttaa metsävaratiedon keräystä, mutta sekään ei poista kokonaan kohteella käymistä. Joten metsävaratieto täytyy pitää ajan tasalla perinteisin keinoin mittaamalla. Toiminnan tehostamiseksi kohteilla käymistä täytyy vähentää, jotta aikaa jää enemmän myyntiin ja markkinointiin. Mutta palveluiden myynti on vaikeaa, jos asiakkaan metsävaratiedot ovat yhdistyksen järjestelmissä ajastaan jäljessä ja metsänomistajalla on itsellä tarkka kirjanpito tehdyistä töistä. Vaikka toimihenkilö voi muistaa omille asiakkailleen tarjoamat palvelut ja tehdyt työmaat, on se tieto vuosikymmenten ajalta vain yhden henkilön päässä, muttei missään rekistereissä.

Silvanetin avulla saataisiin metsänomistajat itse kytkettyä yhdistykseen, vaikka he käyttäisivät myös muiden tarjoamia työpalveluita. Tällöin he kuitenkin pitäisivät oman suunnitelmansa ajan tasalla ja yhdistyksellä olisi tarkka tieto heidän metsävaratiedoistaan. Tämä antaisi varmuutta myös yhdistyksen riskien hallintaan. Yleisesti riskillä tarkoitetaan haitan mahdollisuutta (Sitra 2002, 12). Riskien hallintaan liittyy

tällöin haittojen tunnistaminen ja arvioiminen, eli yhdistyksen tapauksessa tunnisteetaan ne kohteet, joihin ei kannata tarjota tiettyjä palveluita, mikäli tarjolla on sellaisia palveluita joista metsänomistaja kokee saavansa enemmän haittaa kuin hyötyä. Tällöin on vaarassa menettää asiakkaan luottamus asiantuntijuuden osalta ja hankkia jatkuva epäily omia toimia kohtaan.

Metsäsuunnitelma päivitys on kokonaan uuden suunnitelman tekemiseen verrattuna huomattavasti nopeampaa esivalmistelujen osalta. Sähköisen version ansiosta perustiedot ovat valmiina ja kuviot, joiden tiedetään olevan samassa tilassa, tarvitsee vain tarkistaa maastossa. Tämä säästää aikaa taas muuhun työhön. Suurin työ on juuri niissä työmaissa, jotka ovat kyllä rekisterissä, mutta suunnitelmassa ne ovat vielä ehdotuksena. Yhteismetsän alueella on toimintaa ollut joka vuosi, joten tehtyjä kuvioita on lukemattomia. Siksi suunnitelman päivittämisen aloitus tuntuu työläältä, kun täytyy ensin käydä läpi rekisteri ja sitä kautta onkia tiedot työmaista. Miksi työmaita ei ole voinut päivittää suoraan suunnitelmaan jo aikaisemmin? Toisaalta, jos metsäsuunnitelmat olisivat aina ajan tasalla, ei metsäsuunnittelijalla olisi riittävästi suunnittelutyötä, mutta silloin hän voisi käyttää aikansa myyntiin ja markkinointiin.

Metsäntutkimuslaitoksen (2010) mukaan vanhentuneen tai voimassa olevan suunnitelman omistavat olivat yllättävän maksuhalukkaita metsäsuunnitelman lisäpalveluista. Mikäli asia näin on, eivät Silvanetin markkinat pitäisi olla palvelun hinnasta kiinni, vaan jostain muusta. Metsänomistajille tulisi myydä ajatus Silvanetistä tietovarastona ja yhteysväylänä yhdistykseen. Mutta sama ajatus tulisi markkinoida sisäisesti myös omille toimihenkilöille. Jos toimihenkilöt eivät usko Silvanetin mahdollisuuksiin tiedonhankinnan työkaluna ja markkinointivälineenä, ei sitä silloin voi myydä asiakkaillekaan. Se on selvää, ettei palvelu tule lyömään läpi vielä muutama vuoteen, mutta toivottavasti joskus, sillä palvelussa on paljon potentiaalia niin metsänomistajille kuin metsänhoitoyhdistykselle. Tulevaisuudessa tavoitteena tulee olla, että Silvanetti on metsänomistajan metsäomaisuuden hallinnan päätyökalu, jonka kautta voi viestiä ja markkinoida vuorovaikutteisesti.

## LÄHTEET

- Brax, Saara 2007. Palvelut innovatiivisina tuotteina. PDF -dokumentti. [http://www.imi.tkk.fi/files/events/kibsinet\\_seminar/saara\\_brax.pdf](http://www.imi.tkk.fi/files/events/kibsinet_seminar/saara_brax.pdf). Päivitetty 13.11.2007. Luettu 21.12.2010.
- Grönroos, Christian 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo; WS Bookwell Oy.
- Hartikainen, Sauli 2010. Sähköpostikeskustelu 8.12–15.12.2010. Tuotepäällikkö. Oy Silvadata Ab.
- Jaakkola, Elina, Orava, Markus & Varjonen Virpi. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille. PDF-dokumentti. <http://www.tekes.fi>. Päivitetty 2/2009. Luettu 23.12.2010.
- Lämsä, Anna-Maija & Uusitalo, Outi 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2009. Silvanetti – verkkometsäsuunnitelma. WWW-dokumentti. [http://www.mhy.fi/paijathame/SilvaNetti/fi\\_FI/silvanetti/](http://www.mhy.fi/paijathame/SilvaNetti/fi_FI/silvanetti/). Päivitetty 2010. Luettu 19.12.2010.
- Metsäntutkimuslaitos 2010. Metsäsuunnitelma omaksi –palvelulle tarvetta. WWW-dokumentti. <http://www.metla.fi/uutiskirje/msu/2010-3/uutinen-3.html>. Päivitetty 26.11.2010. Luettu 29.12.2010.
- Metsäntutkimuslaitos 2005. Metsäalan yhteistyön kehittämishanke ”Länsi-Suomen mettäverkko”. Loppuraportti. PDF-dokumentti. <http://www.metla.fi/hanke/7140/myk-loppuraportti.pdf>. Päivitetty 6/2005. Luettu 14.1.2011.
- Mäntyneva, Mikko 2001. Asiakkuuden hallinta. Vantaa: Wsoy.
- Niskanen, Yrjö 2005. Metsäsuunnitelman vaikutus metsänkäyttöpäätökseen. Akateeminen väitöskirja. Joensuu: Joensuun Yliopistopaino.
- Riikilä, Mikko 2009. Metsänhoito: Laajakaistalla suora linja omaan metsään. Metsälehti 22/2009. Verkkolehti. <http://www.metsalehti.fi/metsalehti/juttu.aspx?ID=6487>. Päivitetty 19.11.2009. Luettu 20.12.2010.
- Parkkinen, Jarmo 2002. Hyvään verkkopalveluun. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Pukkala, Timo 2007. Metsäsuunnittelun menetelmät. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Ripatti, Pekka 2009. Metsänomistajien tavoitteet muuttuneet. Tapion uutiskirje 12/2009. WWW-dokumentti. [http://www.tapio.fi/uutiskirje\\_uutinen?pid=16148406](http://www.tapio.fi/uutiskirje_uutinen?pid=16148406). Päivitetty 22.12.2009. Luettu 20.12.2010.
- Saarikkomäki, Kari 2007. Asiakkuuksien hallinta. Hämeen Ammattikorkeakoulu. Tietotekniikan koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Silvadata 2010. Silvanetti – palvelun tiedonsiirto ja käyttäjätilien hallinta Mhy:ssä. PDF-dokumentti. <https://www.silvadata.fi/silvanetti/documents/adminohje.pdf>. Päivitetty 5.5.2010. Luettu 29.12.2010.

Sinkkonen, Irmeli, Nuutila, Esko & Törmä, Seppo 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Sitra, 2002. Riskien hallinta Suomessa. Esiselvitys. PDF-dokumentti. <http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti23.pdf>. Päivitetty 2002. Luettu 14.1.2011.